

ZEITGEIST

# Zimt-Ravioli in der Turboküche

Die neue Elite des Informationszeitalters hat sich etabliert: „Bourgeoise Bohemiens“ nennt sie der amerikanische Autor David Brooks, eine aparte Lebensstil-Mixtur aus Protest und Karriere, Subkultur und Mainstream. Die „Bobos“ sind überall – auch in Deutschland. *Von Reinhard Mohr*

Sie waren diejenigen, vor denen ihre Eltern sie immer gewarnt hatten – Rebellen, Aussteiger, Drogenkonsumenten, Tagträumer und Unruhestifter. Sie hassten das bürgerliche Spießleben, wollten den Staat umkrepeln und das Kapital gleichmäßig an alle verteilen. Keine Macht für niemand, Glück für jedermann. Alles sollte anders werden. Die „konkrete Utopie“ erschien als gigantische Mischung aus „Hotel California“, Straßenfest, Wohngemeinschaft und Landkommune.

Viele Jahre später sitzen die amerikanischen Ex-Hippies genauso wie die deut-

fache Lösung, die aus wenigen Buchstaben besteht. In diesem Fall heißt sie „Bobo“. Es ist die Abkürzung für „bourgeoise Bohemiens“.

Damit ist, in deutsche Verhältnisse übersetzt, eine neue soziale Klasse gemeint, ehemals Rebellierende der Generation 2CV wie Angehörige der „Generation Golf“, die aus alten, unüberbrückbar scheinenden Widersprüchen eine neue Wirklichkeit fabrizieren, sie zum neuen gesellschaftlichen Mainstream erklären und sich darin auch noch als politisch-kulturelle Elite etablieren.

„Die hervorstechendste Leistung“ der Bobos, so der amerikanische Autor David Brooks in seinem Buch zum „Lebensstil der neuen Elite“, sei ihr Vermögen, eine historisch neue Synthese zu bilden – „einerseits wohlhabend und erfolgreich zu sein, andererseits aber auch rebellisch und unorthodox zu bleiben“\*. Das geht nicht? Doch, behauptet Bobo Brooks. Als „Genies der Lebensläufe“, so Brooks, verbinden die Bobos die „immaterielle Welt der Information“ mit der „materiellen Welt des Geldes“. Die alte Parole „Wir wollen alles“ scheint Wirklichkeit geworden.



Café in Paris, Hackesche Höfe in Berlin, Loft in New York: Scheinbar mühelos gelingt es den Bobo-Intellektuellen, alternative Bescheidenheit

schon Alt-Revoluter und ihre jüngeren Adepten in den Chefetagen von Konzernen, Werbeagenturen, Massenmedien und hohen Regierungsämtern, verteidigen den Shareholder-Value wie den Rechtsstaat, und immer noch ist das Rätsel ungelöst: Wie konnte es so weit kommen?

Wie immer, wenn es weltweit um komplizierte soziale Fragen und intellektuelle Herausforderungen geht, findet ein amerikanischer Autor die bestechend ein-

Während aber in Deutschland die Prinzipien eherner Konsequenz bis zur letzten Fragestunde im Deutschen Bundestag obwalten – entweder ist man Verräter an der großen Idee oder Delinquent auf immer (manchmal auch, wie im Falle Joschka Fischers, beides zugleich) –, gibt es weit westlich des Sauerlands echte Neugier auf jene gesellschaftlichen Veränderungen, die historisch gar nicht vorgeesehen waren.

Mit der Gründung von Gastronomieketten wie Ben & Jerry's oder Nantucket Nectars gelang es ihnen, das Hippie-Image zu behalten und gleichzeitig Global Players zu werden. Mit William S. Burroughs in Nike-Anzeigen und Rolling-Stones-Hymnen in Werbekampagnen wurde der Stil des

\* David Brooks: „Die Bobos. Der Lebensstil der neuen Elite“. Ullstein Verlag, München; 320 Seiten; 39,90 Mark. Erscheint Ende März.

*Anti-Establishment mit unternehmerischen Zielen verschmolzen.*

So werden aus Ideen Produkte und aus Produkten Ideen.

Die Bobos vereinen Geist und Umsatz, Phantasie und Kommerz. Was früher wie Feuer und Wasser war, wird nun in einen neuen, virtuellen Aggregatzustand überführt. Oft hält er bis in die späten Abendstunden an, bevor es zum Absacker in die Bar geht.

Das intellektuelle Kapital, die Fähigkeit zu kritischer wie kreativer Reflexion, fließt umstandslos in jene „Kulturindustrie“ ein, die von Adorno einst auf ewig verdammt wurde: „Immerwährend betrügt die Kulturindustrie ihre Konsumenten um das, was sie immerwährend verspricht.“

Die „Dialektik der Aufklärung“ à la Bobo nistet intellektuell einige Etagen tiefer – dafür fällt sie optimistischer aus. Sie hat schon die Trauer über all das Verlorene überwunden. Sie ist weder radikal noch philosophisch, sondern ein wandelnder Widerspruch in sich, der auf zwei Beinen balanciert. Der Bürger als Konsument, der Citoyen als Cityhopper: Nicht mehr die Marxschen „Produktionsbedingungen“, so



„Bobo“ im Film\*: *Re-Design im Hier und Jetzt*

Sie leben, historisch einmalig, nach ihren Bedürfnissen: kleine Karstadt-Zarathustras mit Fußbodenheizung. Singles, Paare und Passanten.

Aus der metaphysischen Not macht die Bobo-Logik die praktische Tugend des Patchworks – eine hybride Kultur aus verwertbaren Restbeständen von Boheme und Bürgertum, Revolte und Tradition.

Scheinbar mühelos gelingt es den Bobo-Intellektuellen, alternative Bescheidenheit

stellen an der Medienoberfläche und innere Leere werden beklagt, aber hingenommen. Was zählt, ist das Dasein als Sosein im Hier und Jetzt – Re-Design als biografische Daueraufgabe. Die Bobos fragen nicht mehr nach der großen Utopie und dem Grund des Seins, sondern nach dem Merlin-XLM- Straßenrad oder der weltweit besten herausziehbaren Geschirrbrause aus Edelstahl – jenem Maß an Wohlstand und Selbstverwirklichung, das praktisch erreichbar

scheint. Selbst in der Metropole des europäischen Bürgertums, in Paris, haben sich, so „Frankfurter Allgemeine“-Korrespondent Joseph Hanimann, die Bobos durchgesetzt und zum ersten Mal einen gemäßigt linken Bürgermeister ins Rathaus gewählt.

Auch im berühmten Stadtviertel „Mairais“ dominiert inzwischen jene „eher gehobene Mittelschicht aus kulturell angehauchten Individualisten, die entspannt, ja leicht nostalgisch an den krummen Stra-



mit Luxus, Kritik am automobilen Wahnsinn mit dem Wunsch nach einem Sommerhaus in Südfrankreich zu verbinden

Brooks, sondern die Konsumgewohnheiten prägen Klassenzugehörigkeit und Lebensstil.

Die Bobos sind „Kapitalisten der Gegenkultur“, die Hedonismus und Effizienz vereinen, konservative Werte und antiautoritäre Lässigkeit. Sie sind Schwerstarbeiter am Lebensglück, Autodidakten der Sinnstiftung. Dabei gehen protestantische Arbeitsethik und dionysische Freizeitphilosophie fast bruchlos ineinander über: Power-Working und Extreme-Relaxing.

mit Luxus, Kritik am automobilen Wahnsinn mit dem Wunsch nach einem Sommerhaus in Südfrankreich zu verbinden.

Entfremdung ist diesen privilegierten Partisanen der Wirklichkeit keine geläufige Kategorie mehr – nicht zuletzt deshalb, weil Theorie und Praxis einer „nichtentfremdeten Existenz“ sich als wenig hilfreich erwiesen haben. Phantomschmerzen, Druck-

ßen, Quartiersmärkten und alten Krämerläden ihrer Altvorderen hängen“. Auf dem Boulevard wie unter den Salonlüstern gelten die neuen, sublimen Tugenden: „Einfachheit, Bürgernähe, Transparenz und Bereitschaft zum Zuhören“.

Der alte Geist von Kritik und Selbstkritik hat sich in jene zuweilen amorphe Flexibilität übersetzt, mit der man in der Lage ist, das Fremde und Widerständige einzubeziehen: ein weiterer Pfeiler

\* Daniela Lunkewitz in „Abgeschminkt!“ (1993).

der Bobo-Meritokratie. Die aus dem vorigen Jahrhundert ererbten Ideale von Künstlerromantik und Revolution werden zerlegt und ästhetisch geplündert – so wirken sie als zitathafte Folie des kollektiven Gedächtnisses; ansonsten haben sie sich weitgehend zum Lebensstil sublimiert, der sich nicht zuletzt in Küche, Bad und Schlafzimmer austobt. Ché Guevara auf dem T-Shirt, auf dem Tisch eine Flasche Sancerre.

Bobo-Erfinder Brooks skizziert die feinen Unterschiede der neuen Elite. Für das Echte, Sinnvolle und Nützliche, für pure, naturnah riechende Lebensqualität also kann es kaum edel genug sein, für krudes Vorzeigbares, gar Protz und Luxuskitsch ist jeder Dollar zu viel:

*25 000 Dollar für ein Badezimmer auszugeben ist völlig in Ordnung, 15 000 für die Hi-Fi-Anlage oder einen Großbildfernseher sind dagegen vulgär. 10 000 Dollar für einen Freiluftwhirlpool rauszuschmeißen ist dekadent, aber nicht mindestens das Doppelte für eine überdimensionierte Dusche aus Schiefer zu investieren, gilt als sicheres Zeichen dafür, dass man noch nicht gelernt hat, die einfachsten Dinge im Leben zu genießen.*

Schwankend zwischen „Sucht nach Erfolg und der Angst vor dem Verrat“, stürzt sich der Bobo auf die

authentischen Dinge und sucht das Richtige im Kleinen und Grundehrlichen. Er legt seinen Brotkasten mit Terrakotta aus und verschwendet seine geistige Potenz in die Suche nach dem ökologisch korrekten Spritzwasserschutz für das Gartenhäuschen.

Hauptkampfstätte der Bobo-Mania ist nicht die Podiumsdiskussion, sondern die Küche – jener Ort, der die Synthese aus Kopf und Bauch, Experiment und Erfahrung, Individualität und Gemeinschaft idealtypisch repräsentiert, eine letzte Utopie aus Stahl und Naturstein. „Erkenntnis und Interesse“ von Habermas verschwindet unter einem Berg von Hochglanz-Kochbüchern.

Die hypermodernen Gaga-Küchen erinnern den Bobosophen nicht zufällig an „Flugzeughangars“, die den Ansprüchen von Drei-Sterne-Köchen genügen:

*Was einem sofort ins Auge springt, ist ein vernickelter Atomreaktor, der sich erst auf den zweiten Blick als Herd entpuppt. Gekocht wird auf anderthalb Metern Fläche über einem sechsstrahligen, doppelbefeuerten Raketentriebwerk. Außerdem verfügt die moderne Küche über einen Lava-Steingrill, einen Wok mit eigener Gasbeheizung und Gasanzünder aus Messing.*

Aus dem Schlachtruf der Boheme des 19. Jahrhunderts „Epater les bourgeois!“ wird nun die selbst gemachte Paté à la Bobo mit Zimt-Ravioli aus der Turbo-Küche. Statt die alten Philister zu schockieren zieht man es vor, die neuen Feinschmecker zu begrüßen.

Keine Frage: Hier kocht die „neue Mitte“ – ob Thai-Süppchen mit Zitronengras und Koriander oder angeschnittener Wildfasan im Dialog mit Kürbismousse.

Bobos, neue Mitte oder Toskana-Fraktion – die Phänomene gleichen sich. Stets geht es um eine neue, aufgeklärt liberale Rationalisierung der globalisierten Lebenswelt, die die Geschichte der Emanzipa-

ung, in der Konflikte nur noch Platz haben, wenn sie mit den Bordmitteln der Bobo-Ideologie lösbar scheinen.

Zwei deutsche Bobos, die Autoren Dirk Maxeiner und Michael Miersch, präsentieren schon ein probates, strikt antiideologisches Gegenmittel\*. Sie empfehlen das „Mephisto-Prinzip“ unter dem Motto: „Warum es besser ist, nicht gut zu sein.“

Der Feind ist längst ausgemacht. Es ist der Gutmensch-Bobo, der ewige Moralist, der geistige Warmduscher und marodierende Talkshow-Schwätzer: „An der Welt leidende Schriftsteller, Fernsehpfarrer, Fußballspieler und Mannequins brechen eine Lanze für die Benachteiligten und Unterdrückten, für Urwaldbäume und Mehrwegflaschen.“

Mit ihrem „Betroffenheitsdiskurs“ kämpfen sie gegen die Schlechtigkeit des großen Ganzen, gegen Coca-Cola und die Globalisierung, obwohl sie selbst von ihr profitieren. Die Bobo-Mephistos Maxeiner und Miersch setzen mit Goethes „Faust“ das klassische Mephistophelische gegen die Gutgläubigen, den „Teil von jener Kraft, die stets das Böse will und stets das Gute schafft“.

Teils brillant formuliert, oft polemisch, manchmal flapsig attackieren sie den politisch korrekten Köhlerglauben der schwurbelnden Weltverbesserer. Kapitel sieben trägt die Überschrift

„Tragt Pelzmäntel, kauft Tropenholz!“ – die Marktwirtschaft rettet auch den Regenwald.

Das Lob der Autoren gilt dem Profitstreben und der Lüge, dem Egoismus und dem US-Kulturimperialismus. Stets gilt: Das ökonomische Kalkül ist besser als die gute Absicht. Eigennutz schlägt Ethik. Erst der Umsatz, dann die Moral. Doch die beeindruckende Serie von Beispielen für die These, wie segensreich das urkapitalistische Prinzip die Welt durchwirkt, mündet am Ende selbst in jene Ideologie von der besten aller Welten.

Ein typischer Bobo-Effekt: Immer wieder soll die Welt gerettet werden – mal mit Marx, mal mit Coca-Cola. Und immer wieder endet die Sache in der Küche – wie damals in der Wohngemeinschaft.

In den Zeiten von BSE, Schweinepest und Maul- und Klauenseuche brät sich die neue Elite australische Straußen-Filets mit Salbeikruste auf dem Lava-Steingrill, feilt an neuen dialektischen Kapitelüberschriften („Esst Straußenfleisch! Rettet die Wildnis!“) und traut sich nach dem dritten Glas Rheingau-Riesling aus dem Kloster Eberbach, ein schamloses Bekenntnis abzulegen: „Ja, ich bin stolz, ein Bobo zu sein.“ ♦



„Bobo“-Treff in Berlin: Power-Working und Extreme-Relaxing

tionsbewegungen ästhetisiert und integriert, die Exzesse jedoch hinter sich lässt.

So schwingt sanfte Ironie mit, wenn Autor Brooks das allzu sauber Ausbalancierte, das austariert Gesunde Marke „Milde Sorte“ rund um seine neue Elite auf den Nenner bringt: „Alles, was wir tun, muss in die Lebensplanung passen, die Kultivierung, Fortschritt und persönliche Weiterentwicklung vorsieht.“

Selbst die Sexualität, früher Quell von Leidenschaft, ähnelt nun vielerorts einem wohltemperierten Wellness-Bereich, in dem nichts dem Zufall überlassen wird: eine organisierte Kampfansage ans ungeplante Unglück.

Auch die „dritte Kultur“ der Besserlebenden läuft so Gefahr, zum neuen Spießertum zu werden. Vor lauter Spaghetti-Fetischismus, Konsens und Kommergeist könnte sie sich selbst in einen gesellschaftlichen Fetisch verwandeln, in eine selbstgefällige Ansammlung biederer Glaubenssätze einer harmonieseligen Weltanschau-

\* Dirk Maxeiner/Michael Miersch: „Das Mephisto-Prinzip. Warum es besser ist, nicht gut zu sein“. Eichborn Verlag, Frankfurt am Main; 176 Seiten; 34 Mark.